



Munich Personal RePEc Archive

# **Policies to enhance competitiveness for exports of Egyptian small and medium-sized enterprises**

Elasrag, Hussein

1 March 2013

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/44820/>

MPRA Paper No. 44820, posted 10 Mar 2013 10:32 UTC

## سياسات

### تعزيز القدرة التنافسية لصادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة المصرية

اعداد: حسين عبد المطلب الأسرج

مدير ادارة برامج الدعم التنظيمي والمؤسسى بقطاع سياسات تنمية صادرات المشروعات الصغيرة والمتوسطة-وزارة الصناعة والتجارة-مارس 2013

#### مقدمة:

تعد المشروعات الصغيرة والمتوسطة قاطرة الاقتصاد القومي لما لها من دور مؤثر علي صعيد زيادة الانتاج وايجاد فرص العمل، لذلك فإن تسويق وتصدير منتجات هذه المشروعات يمثل الطريق المضمون لنجاحها.وبرغم هذه الاهمية الواضحة للمشروعات الصغيرة في حيوية الاقتصاد القومي فإن هذه المشروعات مازالت بحاجة لمزيد من الجهد لتعزيز دورها الانتاجي والتصديرى. وقد اسفرت تجربة المشروعات الصغيرة في مصر والتي توليها الحكومة اهتماما متزايدا عن ان القائمين علي هذه المشروعات يفتقدون الكثير من الخبرات التسويقية والتصديرية الامر الذي ادي الي تراكم المخزون وتضخم اعباء التمويل وبالتالي افلس الكثيرون وتعثرت مشروعاتهم وخرجت من السوق خاصة فى ظل أحداث ثورة 25 يناير 2011 المجيدة.

وقد أصبح من المسلم به اليوم أن التقدم والابتكار في المجال التكنولوجي هما محركا النمو الاقتصادي على المدى البعيد. ففي سياق اقتصاد المعرفة العالمي الذي تحركه الوتيرة السريعة للابتكار التكنولوجي يجدر بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة المصرية إرساء أسس متينة لبناء قدرتها على اكتساب وإيجاد معارف وتكنولوجيا من أجل الاستفادة من الفرص التي تتيحها العولمة وفي الوقت نفسه مواجهة التحديات العالمية المستجدة. وبالتالي يكمن التحدي في تسخير المعارف لأغراض التنمية ، وذلك بتهيئة مناخ موات لاستحداث أفكار وابتكارات، فضلا عن نشرها واستخدامها من قبل مختلف الأطراف الفاعلة المشاركة بصورة مباشرة أو غير مباشرة في عملية الاستحداث هذه.

إن الميزة التنافسية التي تستند على وفورات الحجم والانتشار الواسع في الأسواق، تتراجع لتفسح المجال للميزات التنافسية التي تستند على السرعة والمرونة، حيث تصبح المؤسسات التي لها قدرة عالية على تلبية الطلب في الوقت المناسب وبالشكل المطلوب هي المؤهلة لاحتلال موقع الريادة في الاقتصاد الرقمي، وعلى هذا فان الهياكل القائمة بالقيادة والتحكم وعمليات صنع القرار يضيق مجالها باستمرار مع زيادة الاعتماد على تقنيات ووسائل هذا الاقتصاد الزاحف. و لن يستطيع الاقتصاد المصري أن يحتل مكانة متميزة في بيئة الأعمال التنافسية العالمية إلا بمواكبة أحدث التطورات

والتغيرات التي تطرأ على الساحة العالمية. ويهدف هذا البحث لدراسة سياسات تعزيز القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بهدف تنمية القدرات التصديرية لهذا القطاع.

### أولاً: الطبيعة المتغيرة للقدرة التنافسية في اقتصاد المعرفة

تتجسد إحدى السمات الأساسية في اقتصاد المعرفة العالمي الجديد في التزايد الأسي لتركيز القيمة المضافة بعيداً عن حلقات الإنتاج (لاسيما الإنتاج المعتمد على كثافة العمالة)، لصالح الحلقات أو المراحل المعتمدة على الكثافة التكنولوجية والمعرفية في سلسلة القيمة. وبناءً على ذلك، حينما يتعلق الأمر بتحديد موقع مشروع أو اقتصاد كامل من الاقتصاد العالمي، ترتبط العائدات الاقتصادية بالارتقاء من خلال البحث والتطوير والابتكار، والتطور التكنولوجي، والتحسين المستمر في المنتجات، ووجود قاعدة موارد بشرية تتمتع بدرجة عالية من المهارات المتعددة وتدعمها الإمكانيات الفنية والتكنولوجية الضرورية، من ضمن عوامل أخرى. أصبحت هذه العوامل تشكل الطريق الحديث للمنافسة، المصحوبة بزيادة القيمة.

ومن جهة أخرى، نجد أن الأساليب التقليدية لزيادة القدرة التنافسية المستندة إلى عوامل مثل العمالة غير الماهرة، والموارد الطبيعية، والتكنولوجيات البسيطة بدأت تفقد أهميتها بشكل سريع ومتزايد. وقد أصبحت هذه العوامل (التي يمكن من خلالها فقدان الميزة التنافسية للمنافسة بسهولة)، تمثل الطريق التقليدي للمنافسة الذي يكشف عن نفسه في تخفيض الأسعار التي تؤدي في نهاية الأمر إلى سباق نحو القاع. أيضاً فهناك متغيرات رئيسية أخرى تتضمن وجود نظام عام، إلى جانب النظام المالي، يؤدي إلى نمو المشروعات وزيادة قدرتها التنافسية، من خلال توفير العوامل والموارد اللازمة بكفاءة وفعالية.

#### 1- مفهوم التنافسية :

يختلف مفهوم التنافسية باختلاف محل الحديث فيما إذا كان عن شركة أو قطاع أو دولة. فالتنافسية على صعيد منشأة تسعى إلى كسب حصة في السوق الدولي، تختلف عن التنافسية لقطاع متمثل بمجموعة من الشركات العاملة في صناعة معينة، وهاتان الأخيرتان تختلفان عن تنافسية دولة تسعى إلى تحقيق معدل مرتفع ومستدام لمداخيل الأفراد.

ومنه يمكن تعريف التنافسية على صعيد المنشأة بأنها القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين الآخرين. مما يعني نجاح مستمر لهذه الشركة في السوق الدولي في ظل غياب الدعم والحماية من قبل الحكومة، ولن يتحقق ذلك إلا عن طريق رفع إنتاجية عوامل الإنتاج الموظفة في العملية الإنتاجية (العمل ورأس المال والتكنولوجيا). ومن الخطوات

الأساسية لتحقيق القدرة التنافسية على تلبية الطلب العالمي والمنافسة الاهتمام بتلبية حاجات الطلب المحلي والمعتمد على الجودة.

أما التنافسية على صعيد القطاع فهي تعني قدرة شركات قطاع صناعي معين في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية. وتقاس تنافسية صناعة معينة من خلال الربحية الكلية للقطاع، وميزانه التجاري، ومحصلة الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل والخارج، إضافة إلى مقاييس متعلقة بالتكلفة والجودة للمنتجات على مستوى الصناعة.

وتعرف تنافسية الدولة ككل، بقدرة البلد على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى دخل أفرادها، ففي حين تقتضي الميزة النسبية المنافسة على أجور منخفضة، فإن الميزة التنافسية تقتضي تحسن الإنتاجية للمنافسة في نشاطات اقتصادية ذات أجور مرتفعة، الأمر الذي يضمن تحقيق معدل نمو مرتفع ومستمر لدخل الفرد.

إن العلاقة ما بين التنافسية على الأصعدة الثلاثة المذكورة، المنشأة، القطاع والدولة هي علاقة تكاملية، بحيث أن أحدها يؤدي إلى الآخر، فلا يمكن الوصول إلى قطاع أو صناعة تنافسية دون وجود شركات ذات قدرة تنافسية قادرة على قيادة القطاع لاكتساب مقدرة تنافسية على الصعيد الدولي، وبالتالي الوصول إلى مستوى معيشة أفضل على صعيد الدولة.

ويمكن التفرقة بين الميزة النسبية والتنافسية، فقد حصل تحول في المفاهيم من مفهوم الميزة النسبية التي تتمثل تقليدياً فيما تمتلكه الدولة من موارد طبيعية واليد العاملة، المناخ، الموقع الجغرافي التي كانت تسمح لها بإنتاج رخيص تنافسي، إلى مفهوم الميزة التنافسية التي تعني عدم حاجة البلد لميزة نسبية لكي ينافس في الأسواق الدولية وذلك من خلال الاعتماد على أمور أخرى كالتكنولوجيا والعنصر الفكري في الإنتاج ونوعية الإنتاج وفهم رغبات وحاجات المستهلك. ففي حين تقتضي الأولى في اقتحام الأسواق الدولية : الاعتماد على الدعم والحماية المقدمان من طرف الدولة، وعلى استخدام عوامل إنتاج متدنية الجودة لتخفيض التكلفة، وبالتالي إنتاج سلع منافسة من حيث السعر إلا أنها غير قادرة على الصمود والمنافسة من حيث الجودة في الأسواق العالمية والمحلية.

وبما أن الميزة التنافسية لبلد ما تقاس بقدرته على تحقيق معدل مرتفع ومستمر لمستوى المعيشة لأفرادها ، فإن أهم المحددات التي تؤثر في هذه القدرة هي معدل الصادرات ومستوى تدفق الاستثمار الأجنبي لما لهما من أثر كبير في رفع معدل الدخل الفردي إذا ما تم توجيههما إلى قطاعات ذات قيمة مضافة عالية.

وانطلاقاً من ذلك فإن الدول التي تستمر في اعتمادها على إنتاج سلع ذات قيمة مضافة متدنية كمكون رئيسي لصادراتها، هي الدول صاحبة أدنى معدل معيشة للفرد، كما أن هذه الدول تدخل في حلقة مفرغة بسبب ضغطها الدائم على الأجور بهدف تخفيض تكلفة الإنتاج ومواكبة التغيرات في الأسعار العالمية للمواد الخام، الأمر الذي يترتب عليه صعوبة تحسين الإنتاجية، وبالتالي الابتعاد عن

مستويات الإنتاجية المقبولة للعمالة، وفي النهاية انخفاض أجورهم تبعاً لذلك، وهكذا تستمر الدولة في الدوران في حلقة مفرغة.

وعلى عكس من ذلك، فإن الدول التي تعتمد في صادراتها على السلع المصنعة ذات القيمة المضافة العالمية وبهامش ربح مرتفع، يكون دخل أفرادها مرتفعاً كنتيجة لارتفاع المستوى المطلوب للعاملين في هذه الصناعات، بالتالي فهي تدخل في حلقة منتجة تؤدي في نهاية الأمر إلى الرخاء والازدهار، حيث ترتفع الأجور مع ارتفاع الإنتاجية وتميزها.

## 2- القدرة التنافسية:

أصبح موضوع القدرة التنافسية خلال السنوات الأخيرة يحظى باهتمام واسع النطاق على الصعيد العالمي. ويعود ذلك إلى مواكبة متطلبات التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم والمتمثلة في ظاهرة العولمة والاندماج في الاقتصاد العالمي، وسياسات الانفتاح وتحرير الأسواق، إضافة إلى التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وفي ظل هذه التطورات أصبح من الصعب على أية دولة أن تعيش بمعزل عن هذه التطورات نظراً للمصاعب والعراقيل التي ستواجهها وخاصة في ميادين التصدير وتدفقات رؤوس الأموال ، لذلك أخذت الدول النامية في تبني السياسات الإصلاحية الرامية إلى إعادة تأهيل وهيكله اقتصادياتها وتهينة البيئة الاقتصادية المواتية والداعمة لقدرتها التنافسية في اقتصاد عالمي مفتوح أمام التجارة وتدفقات رؤوس الأموال .

وتكمن أهمية القدرة التنافسية في أنها تساعد على القضاء على إحدى أهم العقبات التي تواجه تحسين الكفاءة والإنتاجية، ألا وهي عقبة ضيق السوق المحلي. كما أن توفير البيئة التنافسية يعتبر وسيلة فعالة لضمان الكفاءة الاقتصادية وتعزيز النمو الاقتصادي وتحسين مستويات المعيشة.

وتتبع أهمية القدرة التنافسية من كونها تعمل على توفير البيئة التنافسية الملائمة لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد واستخدامها وتشجيع الإبداع والابتكار بما يؤدي إلى تحسين وتعزيز الإنتاجية والارتفاع بمستوى نوعية الإنتاج ورفع مستوى الأداء وتحسن مستوى معيشة المستهلكين عن طريق تخفيض التكاليف والأسعار، بالإضافة إلى أن التنافسية تساعد على القضاء على أهم العقبات التي تواجه تحسين الكفاءة والإنتاجية، ألا وهي مشكلة السوق المحلي ، والتي تحول دون الاستفادة من وفورات الحجم الكبير وعليه فإن توفير البيئة التنافسية تعتبر وسيلة فعالة لضمان الكفاءة الاقتصادية وتعزيز لنمو اقتصادي وتحسين مستويات المعيشة .

ولقد حدد تقرير التنافسية العالمية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي تعريف للقدرة التنافسية ، يتمثل في قدرة الاقتصاد الوطني على تحقيق مكاسب سريعة ومستدامة في مستويات المعيشة ، حيث تعكس القدرة التنافسية الصفات الهيكلية الأساسية لكل اقتصاد وطني.

ولقد وضع مايكل بورتر صاحب نظرية الميزة التنافسية نموذجاً لقياس التنافسية بالاستناد إلى الأسس الجزئية ، وذلك على اعتبار أن التنافس يتم بين الشركات وليس بين الدول ، في حين يستند نموذج القدرة التنافسية المعتمد من قبل تقرير التنافسية العالمية إلى الأسس الكلية وذلك على اعتبار أن التنافس يتم بين الدول.

وانطلاقاً من أن مفهوم التنافسية يستخدم على مجال واسع معايير متفاوتة وغير محددة، فإنه يمكن تعريف القدرة التنافسية بأنها تتمثل في الكيفية التي تستطيع بها المؤسسة أو الدولة أن تستخدم تدابير وإجراءات معينة تؤدي إلى تمييزها عن منافسيها وتحقق لنفسها التفوق والتميز عليهم . وبالتالي فإن القدرة التنافسية للمنتجات السلعية والخدمية محصلة لعوامل عديدة متداخلة ومتباينة في أنماطها وتأثيراتها.

#### تصنيف بورتر للعوامل

<u>العوامل الأساسية</u>	<u>العوامل المتقدمة</u>
هي عوامل ترثها الدولة ولا تحتاج إلى تطويرها من خلال السياسات، وتتضمن: الموارد الطبيعية – الموقع – المناخ – العمال غير المهرة ومتوسطى المهارة.	هي العوامل التي يجب أن يتم بناؤها بمرور الوقت، وتتضمن: بنية أساسية للاتصالات معتمدة على البيانات الرقمية – قوة عاملة على درجة عالية من التعليم -بحوث جامعية في فروع علمية متطورة ومعقدة .
<u>العوامل العامة</u>	<u>العوامل المتخصصة</u>
يمكن أن تُستخدم في نطاق واسع من الصناعات، وتتضمن: نظم الطرق العامة والسريعة – نظام للإمداد برأس المال المقترض-مجموعة من الموظفين المثقفين الحاصلين على شهادات جامعية.	تقتصر على صناعات معينة، من أمثلتها: موانئ متخصصة في مناولة كميات كبيرة من المواد الكيميائية – معاهد علمية على درجة عالية من التخصص – كوادر من الأفراد على درجة عالية من المهارة والتخصص.

ويمكن التمييز بين طريقتين رئيسيتين للمنافسة . الأسلوب الأول: هو الطريق التقليدي أو القدرة التنافسية القائمة على السعر حيث يدخل المشاركون في منافسة سعرية حادة وبالتالي في سباق هدام نحو القاع، ويتطلب هذا الأسلوب إنتاج منتجات تعتمد على كثافة العمالة والموارد الطبيعية، أو على عمالة وبنية أساسية رخيصةتين لجذب الاستثمار الأجنبي المباشر. ولكن التقدم التكنولوجي يؤدي إلى انخفاض حاد في الطلب على العمالة غير الماهرة والكثير من الموارد الطبيعية. وبينما واصلت

الشركات والدول التخصص في الأسواق التي تتسم بالمنافسة الشديدة وقلة حواجز الدخول إليها، كانت عائداتها تتعرض بشكل متزايد للتآكل بسبب تدهور شروط التبادل التجاري. ولطالما واجه منتجو السلع الأولية والمنتجات الزراعية هذا التهديد، ولكنه يتزايد أيضا في مجال تصدير المنتجات المصنعة. ومن جهة أخرى، يدخل المشاركون من خلال الطريق الحديث في الاقتصاد العالمي كي يتخذوا لأنفسهم موقعا في الحلقات العالية من سلسلة القيمة، أو لكي يرتقوا بأنفسهم إلى تلك الحلقات. ويتطلب هذا الأسلوب المنافسة في الابتكار، والبحث والتطوير، والتقدم التكنولوجي، والتحسين المستمر في المنتجات، وكذلك تطوير القاعدة اللازمة من المهارات، والطاقت التكنولوجية. وعلى الرغم من أن الطريق التقليدي لزيادة القدرة التنافسية المعتمدة على عاملي التكلفة والسعر ما زالت موجودة، فقد أخذت تحل محلها وبشكل متزايد عوامل الجودة، والمرونة، والتصميم، وإقامة الشبكات. ومع ذلك، فقد تمكن عدد قليل جدا من الدول النامية حتى الآن من بناء قدرتها التنافسية بتلك الطريقة. وبخلاف نمور شرق آسيا، تتعرض معظم الدول النامية لضغط رهيب كي تحرر سياساتها سريعا في وقت تعاني فيه من انخفاض مستويات التصنيع والقدرة التنافسية، الأمر الذي يجعلها غير قادرة على الاستفادة من مثل هذه الخطوة، خاصة في ظل اعتمادها بدرجة كبيرة على عائدات رسوم الواردات وتعريفاتها.

#### ثانيا: - العقبات التي تواجه مصدري المشروعات الصغيرة والمتوسطة

يواجه قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة عديد من العقبات التي تؤثر على الارتقاء بأدائه التصديري، حيث أنها تفتقر إلى:

##### 1. الإدارة الماهرة

في ظل سوق تنخفض فيه الحواجز أمام الدخول فيه، فإنه عادة ما تترك العمالة المدربة المشروعات لتبدأ في العمل لحسابها، وتتمثل المعوقات الإدارية في نقص المهارات المتعلقة بأساسيات إدارة الأعمال، والمحاسبة وإمساك الدفاتر، وعدم القدرة على الحصول على الخدمات الاستشارية والخدمات المساندة. بالإضافة إلى ذلك فإنه نظرا لانخفاض المستوى التعليمي لأصحاب المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (حوالي 9 % فقط من أصحاب هذه المشروعات حاصلون على درجات جامعية) لذا فإنه ليس من المحتمل أن تقدر هذه المشروعات قيمة هذه المهارات. ومجموعة اجتماعية فإن هذه المشروعات، على العكس من المؤسسات الكبيرة، تفتقر إلى الوجود المؤسسي الذي يضمن وصولها إلى صانعي السياسات. فاتحادات الصناعات، وجمعيات الأعمال والمؤسسات المشابهة تسيطر عليها وبشكل كبير المؤسسات الكبرى، وبالتالي فإن المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لا يمكن أن تأمل في التأثير على عملية صنع القرار أو السياسة في ظل وضعها الحالي.

##### 2. العمالة الماهرة

تظهر مشكلة نقص الفنيين المدربين والعمال ذوي التدريب المهني الكافي بشكل واضح في قطاع المشروعات الصغيرة ، التي تقوم بتوظيف عمالة أمهر نسبيا من المشروعات متناهية الصغر. وبغض النظر عن معدلات البطالة المرتفعة ، ورغم اتباع المشروعات الصغيرة لأساليب الإنتاج كثيفة العمالة ، فإن هناك حاجة ملحة لإصلاح نظم التدريب التعليمي والمهني الحالية كي تصبح قادرة على توفير العمالة الكافية للمشروعات الصغيرة. وبينما لا تعاني المشروعات متناهية الصغر من أي نقص في العمالة شبه المدربة (وذلك لاعتمادها على نظام التلمذة الحرفية التقليدية)، إلا أنها تواجه مشكلة الاحتفاظ بالعمالة المدربة.

### 3. مدخلات الإنتاج ذات الأسعار التنافسية

لا تتوفر مدخلات الإنتاج عالية الجودة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة. وحتى يمكن الحصول على هذه المدخلات فإنه على تلك المشروعات أن تتنافس في الأسواق الخارجية في حالة استيراد جزء أو كل هذه المدخلات ، ومن ناحية أخرى فهي تتنافس مع المشروعات الكبيرة محليا (على باقي أو جزء من هذه المدخلات) ، هذا إلى جانب ارتفاع التعريفات الجمركية المفروضة على المدخلات العالية الجودة وإجراءات الاستيراد المعقدة والطويلة التي تجعل المشروعات الصغيرة والمتوسطة في وضع تنافس أدنى.

### 4. المعدات والتكنولوجيا الحديثة

بالإضافة إلى افتقار المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة إلى المعدات ، فإنها تفتقر كذلك إلى أي مواصفات قياسية للإنتاج والرقابة على الجودة. وهذا الأمر يتسبب في جعل منتجات المشروعات الصغيرة والمتوسطة أقل قدرة تنافسية في الأسواق المحلية والدولية.

### 5. رأس المال الكافي

إن أحد القيود الرئيسية التي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة تتمثل في قدرتها المحدودة على الحصول على رأس المال والخدمات المالية اللازمة للوفاء باحتياجاتها من رأس المال العامل ورأس المال الثابت بصفة دائمة . وبصفة عامة فإن المؤسسات المالية الرسمية (البنوك ، أسواق المال ، الخ ..) لا تتعامل مع هذه المشروعات . ونتيجة نقص الموارد المؤسسية والمالية الكافية التي تفي باحتياجاتها من رأس المال العامل والثابت فإن قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة يواجه عقبات كبيرة أمام دخول منشآت جديدة إلى السوق فضلا عن العوائق التي تواجه نمو المشروعات القائمة . وبناءً على ذلك ، أصبح توفير الخدمات المالية هو الركن الأساسي في جهود تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة. ولكن ، نتيجة ضيق مجال هذه الجهود والبرامج ، بالإضافة إلى اعتمادها على الإعانات والتمويل الخارجي ، فإن هذه البرامج لا تكفي لتلبية احتياجات المشروعات الصغيرة والمتوسطة سواء في

الأجل القصير أو الأجل الطويل.

### 6. نقص المعلومات عن السوق



يعد نقص المعلومات من أهم العوائق الشديدة التي تواجهها المشروعات الصغيرة والمتوسطة. وتفتقر المشروعات الصغيرة إلى التجمع ، كما يفتقد أصحابها إلى التعليم اللازم للوصول إلى مصادر المعلومات عن الأمور ذات الصلة (منتجات جديدة، اتجاهات المستهلك ، التطورات التكنولوجية) . وبالإضافة إلى ما تقدم ، ومع الأخذ في الاعتبار ضعف قاعدة الموارد لهذه المشروعات، فإن المشروعات الصغيرة والمتوسطة لا يتوقع منها أن تقوم بالاستثمار في مجالات بحوث السوق أو أن تقوم بتوظيف الخبرات التسويقية التي تقوم المؤسسات الكبرى بتوظيفها . وكما ذكرنا من قبل لا تقوم شبكات التسويق والتوزيع ذات الخبرة بتقديم خدماتها للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

#### 7. قنوات وشبكات التسويق

تعتبر شبكات التوزيع للمشروعات الصغيرة محدودة للغاية ، حيث تقوم معظم هذه المشروعات بالتسويق في إطار النطاق الجغرافي الضيق الذي تقع فيه . وبصفة عامة ، فإن 56 % تقريبا من إنتاج المشروعات الصغيرة والمتوسطة يتم على أساس الطلبات التي تقدم للمشروع بينما يتم إنتاج الباقي على أساس مستمر . وتعاني المشروعات الصغيرة والمتوسطة من غياب شبكات تنافسية من تجار الجملة والشركات التجارية التي يمكن أن تعرض منتجاتها في السوقين المحلي والخارجي ، وتمدها بالمعلومات اللازمة عن السوق . وشبكات التسويق والتوزيع المتاحة إما أن تكون حكومية أو مقصورة على المشروعات الكبيرة . بالإضافة إلى ذلك ، فهناك حظر قانوني على نشاط الشركات التجارية الأجنبية في مصر. لذا فإن انعدام المنافسة داخل قطاع التجارة يجعل الفاعلين الأساسيين الموجودين حاليا يكتفون بالعملاء الكبار . وتفتقر المشروعات الصغيرة والمتوسطة أيضا لقناة أخرى وهي التجارة الإلكترونية ، وإلي فرصة استخدام الإنترنت للوصول إلى الأسواق الخارجية.

الخلاصة :وفيما يتعلق بالأداء التصديري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة أشارت دراسة وزارة المالية التي أعدتها بالتعاون مع وزارة التجارة الخارجية بشأن تعزيز القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر، إلى أن هناك إجماع من جانب المشروعات الصغيرة والمتوسطة على أن أهم العقبات التي تعوق أدائها التصديري تتمثل في:-

أ- صعوبة الوصول إلى قنوات التصدير: عبرت كل الشركات عن الحاجة إلى وجود وكالة أو بيت متخصص في التصدير ليكون مسئولاً عن اتخاذ قرارات حول أماكن تسويق منتجات هذه الشركات إلى الخارج، وكيفية تسويقها ومواعيد تسويقها.

ب- نقص الوعي التصديري: اتفق المشاركون في المناقشات التي أجريت مع أصحاب المشروعات من مختلف القطاعات في القاهرة الكبرى، على أنهم غير ملمين بالمواصفات أو التعديلات المطلوبة في المنتجات حتى يتسنى تسويقها دولياً.

- ج- ارتفاع أسعار المدخلات:أرجع القائمون على المشروعات الصغيرة والمتوسطة فى بعض القطاعات) مثل صناعة الملابس والنسيج (عدم قدرتهم على التصدير أو المنافسة دوليا الى الارتفاع النسبي فى أسعار مدخلاتهم الإنتاجية، مما يفقدهم القدرة على المنافسة أمام منتجات العديد من الدول النامية مثل الهند وبنجلادش.
- د- ندرة التمويل وصعوبة الحصول عليه:توافرت لعدد من الشركات فرص التصدير ولكنها لم تستطع أن تنتج على نطاق أوسع بسبب نقص التمويل.

### ثالثا:سياسات تعزيز القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة

تتمثل إحدى الدعائم الأساسية للطريق الحديث للمنافسة في وجود بنية أساسية تعليمية، وعلمية، وتكنولوجية حديثة وحيوية تشجع احتياجات الأعمال من الموارد البشرية والبحث والتطوير اللذين يتطوروا بخطى سريعة. وبدون هذا الأساس، لن تتحقق الإمكانيات الابتكارية للمشروعات، وقدرة قاعدة مواردها البشرية على استيعاب وتبني، وتطوير التكنولوجيات الجديدة.

ويجدر التنبيه إلى أن بناء القدرة التنافسية وفقًا للمنهج الفكري الموضح أدناه ليس مهمة يسيرة قصيرة الأجل؛ بل على العكس، يجب النظر إلى هذه المهمة في ضوء طبيعة التغيرات العلمية، والتكنولوجية، والاقتصادية وسرعة تقدمها، بوصفها عملية مستمرة وبالإضافة إلى ذلك، فإن بناء مثل هذا الأساس يحتاج إلى استثمارات وتكاليف ضخمة .

ترتبط القدرة التنافسية في اقتصاد المعرفة العالمي الجديد بالارتقاء من خلال البحث والتطوير والابتكار، والتطور التكنولوجي، والتحسين المستمر في المنتجات، ووجود قاعدة موارد بشرية تتمتع برقى وتعدد المهارات كما تتمتع بالإمكانيات الفنية والتكنولوجية الضرورية، من ضمن عوامل أخرى . ولبناء قطاع تنافسي ، لا بد من الالتزام بعدة أركان أساسية:

#### 1-المحافظة على بيئة اقتصادية كلية مستقرة .

تشير البحوث والأدبيات الحديثة حول الدول النامية ومنها مصر أنه توجد حاجة ماسة لخلق بيئة عامة داعمة للاستثمار الخاص، وكذلك لتأسيس الشركات، ونموها ويجب على الحكومة أن تسرع جهودها الرامية إلى إزالة أوجه الخلل التي تشوب السوق وتعالج اخفاقات السوق (فى الاقتصاد بوجه عام ، كما يجب عليها أن تضمن وجود عدالة فى التعامل مع الأطراف المختلفة، يتأثر تدفق الاستثمار بشكل رئيسى بمجمل الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التى تسود فى القطر المستقبل للاستثمار،حيث تمثل هذه الأوضاع ما يسمى بمناخ الاستثمار،ويرتبط مفهوم مناخ الاستثمار بمجال السياسات الاقتصادية الكلية وذلك من خلال تعريف البيئة الاقتصادية المستقرة والمحفزة والجاذبة للاستثمار على مستوى الاقتصاد الكلى،بأنها تلك التى تتسم بعجز طفيف فى الموازنة العامة،وعجز محتمل فى ميزان المدفوعات بحيث يمكن تمويله بواسطة التدفقات العادية للمساعدات الأجنبية أو

الاقتراض العادى من أسواق المال العالمية.والتي تتصف أيضا بمعدلات متدنية للتضخم،سعر صرف مستقر،بيئة سياسية ومؤسسية ثابتة وشفافة يمكن التنبؤ بها لأغراض التخطيط المالى والتجارى والاستثمارى بواسطة الأفراد والمؤسسات والهيئات.وللسياسات والسلوكيات الحكومية تأثير قوى على مناخ الاستثمار من خلال تأثيرها على:التكاليف،والمخاطر،والعوائق أمام المنافسة.ولهذا فان تقرير التنمية فى العالم لعام 2005 يؤكد على الدور الهام الذى تلعبه الحكومة فى ايجاد بيئة آمنة ومستقرة،بما فى ذلك حماية حقوق الملكية .فقد أشار التقرير الى أن غموض السياسات وعدم الاستقرار فى الاقتصاد الكلى واللوائح التنظيمية العشوائية تشكل 51% من المخاطر المرتبطة بالسياسات على مخاوف الشركات المتعلقة بمناخ الاستثمار.كما خلاص التقرير الى أنه من شأن تحسين وضوح ومعلومية السياسات وحده أن يؤدى الى زيادة الاستثمارات الجديدة بنسبة 30%.

## 2- التكامل الوثيق بين السياسات التصنيعية والعلمية والتكنولوجية.

لإقامة تلك الأواصر من التعاون، يجب أن يتم التغلب على العوائق المتصلة بتداخل الصلاحيات والبيروقراطية، وانعدام التنسيق بين الأطراف المختلفة . فبدون وجود أواصر فعالة للتنسيق بين السياسات ، وكذلك بين المؤسسات والأطراف الفاعلة التي تدير عملية التنفيذ، ستنزل جهود التنمية مشتتة، ومفككة، وغير مترابطة، ولن يكون لها سوى تأثير ضئيل – إن وجد – على القدرة التنافسية للقطاع.

## 3- تطوير وتنمية البنية الأساسية العلمية والتعليمية وتعزيز دورها الاقتصادى.

مع تزايد دور المدخل المعرفي والمهاري في الإنتاج والتحول الناتج عن ذلك في طبيعة القدرة التنافسية، أصبحت البنية الأساسية العلمية والتعليمية أهم عامل اقتصادي في عالم اليوم . فبدون قوة عاملة على درجة عالية من التعليم والمهارة، وأساس قوي من البحث والتطوير و الابتكار، والتعليم المستمر، والروابط القوية بين العلم والتعليم من جهة وبين العمل الاقتصادى من جهة أخرى، ستنزل القدرة التنافسية تتآكل على المدى الطويل وينبغي أن يتخطى الدور الحاسم للنظام التعليمي على وجه الخصوص هذه الوظيفة الاقتصادية المباشرة، ليلعب دورا مؤثرا في تطوير جوهر نظام القيم الخاص بالمجتمع، وتوجيهه نحو تشجيع ومكافأة فكر العمل الحر، و الابتكار، والتفكير النقدي . ذلك أن الارتقاء إلى حلقات وسلاسل أعلى للقيمة يتطلب التركيز على مجموعة من المهارات تختلف عن تلك السائدة حاليا في الاقتصاد،وبالإضافة إلى ذلك، يتطلب هذا الارتقاء أيضا أن تلبي منظومة التعليم احتياجات السوق من العمالة بشكل أفضل . وأخيرا، ينبغي على منظومة القيم الثقافية السائدة ( الذي من المفترض أن يعززها النظامان التعليمي والتدريبي ) أن يشجع على إقامة المشروعات الخاصة والتعليم المستمر، والابتكار والإبداع.

ولا يمكن تحقيق القدرة التنافسية دون استثمارات ضخمة في الموارد والجهود المخصصة للإصلاح التعليمي الذي يهدف إلى تضيق الفجوة المعرفية كميا ونوعيا بين مصر وبقية العالم. وفى هذا الخصوص يقترح عدد من الإجراءات منها:

1. إقامة نظم تتمتع بحساسية للسوق من أجل تطوير المناهج وتعديلها، وينبغي أن يتواءم ذلك مع:

أ. احتياجات السوق. ب. احتياجات القطاعات ذات الأولوية الاستراتيجية. ج. المعايير الدولية.

2. مزيد من الترشيح في استثمار الموارد، خاصة في التعليم الثانوي والعالي، على أن

يؤكد على: أ. جودة التعليم. ب. أهمية التعليم الفني. ج. الاستجابة لاحتياجات السوق.

3. تعديل مناهج المدارس الابتدائية لترسخ:

أ. المهارات الاستثمارية. ب. الابتكار والإبداع والتفكير النقدي.

#### 4- الاهتمام بآليات دعم الابتكار

لكي تتمكن المشروعات من مواجهة تحديات اقتصاد المعرفة فلا بد من تشجيع التحديث والابتكار والاستثمار فيها. ولهذا يجب:

(أ) تعزيز الثقافة الابتكارية: تؤدي الثقافة دوراً أساسياً في تطوير قدرة أي شركة على الابتكار. وهي تؤثر على الطريقة التي تعمل الشركة من خلالها، وعلى العلاقة فيما بين العاملين فيها. ويتطلب الابتكار ذهنية تتميز بروح المبادرة، وحس الإبداع، وقدرات تنظيمية دينامية، ذهنية منفتحة على أفكار جديدة وثقافات أخرى، وتعزز بيئة التعلم. وإذا أريد للقدرة الابتكارية أن تتطور، يجب على المبتكرين التمسك بقيم الشركة وأهدافها المشتركة. ويجب أن تكون القيم التي تدعم القدرة الابتكارية جزءاً لا يتجزأ من نسيج ثقافة الشركة.

(ب) تمويل البحث والتطوير: لم تصل الاستثمارات في مجال البحث والتطوير بشكل عام إلى المستوى الأمثل لأنها لا تستطيع أن تجني بشكل كامل مردود جهودها في هذا المجال. وقد تدخلت كثير من الحكومات في الدول المتقدمة كي تصلح هذا القصور السائد في السوق وكي توفر حافزاً مالياً أكبر للاستثمارات الخاصة في مجال البحث والتطوير. وفي هذا الخصوص يقترح عدد من الإجراءات منها:

1. زيادة حجم التمويل المتاح للبحث والتطوير من خلال مجموعة متنوعة من الأدوات المالية (القروض الميسرة، والمنح، وترتيبات المشاركة في التكاليف، إلخ).

2. تخصيص أجزاء من ميزانيات البحث الخاصة بالمؤسسات البحثية للصناعات التي تعمل في أنشطة مختارة والتي يوجد لديها إمكانية لتحقيق ميزة تنافسية.

3. إلزام المؤسسات البحثية بتغطية أجزاء من تكاليفها من خلال البحوث المشتركة مع القطاع الخاص.

4. تقديم حوافز ضريبية مهمة للبحث والتطوير الذي يقوم به القطاع الخاص، لاسيما المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

5. الحصول على مساعدة فنية ومالية من الجهات المانحة لتطوير برامج البحث والتطوير استناداً إلى أفضل الممارسات.

6. البدء في حملة توعية عامة تستهدف القطاع الخاص، حول أهمية البحث والتطوير بالنسبة لقدرتها التنافسية، وكذلك بالنسبة للوسائل المتاحة.

7. وضع معايير سليمة ومتوازنة لتحديد أولويات الأنشطة المستوفية لشروط التمويل استنادا إلى قدرتها التنافسية الحالية والمحتملة.

8. البدء في برنامج قومي للتطوير المؤسسي يستهدف المؤسسات البحثية والجامعات بغية إيجاد هياكل تتمتع بدرجة عالية من الحوكمة (governance) مع وجود تمثيل للقطاع الخاص بها، وزيادة كفاءة هذه المؤسسات، وتطوير طاقات وإمكانيات ملائمة للبحث والتطوير، وتقوية صلات هذه المؤسسات بالقطاع الخاص.

9. لتعزيز كفاءة المنظمات البحثية والتعليمية وقدرتها التنافسية، يجب أن تتقدم هذه المنظمات بعطاءات للحصول على المشروعات الحكومية بدلا من توزيع هذه المشروعات البحثية على مؤسسات محددة بشكل مسبق.

10. زيادة الصلات الفعالة بين المؤسسات البحثية والأكاديمية المحلية والدولية التي يمكن من خلالها توفير المعرفة للقطاع الخاص.

11. تشجيع التعاون المشترك بين القطاع الخاص والمؤسسات الأكاديمية في مجالات مثل برامج البحث المشترك والتدريب في مرحلتى الدراسة الجامعية والدراسات العليا.

(ج) تشجيع ودعم الحصول على التكنولوجيا وبناء القدرات: يتم الحصول على التكنولوجيا من خلال أشكال شتى تتراوح من الشراء المباشر، وتمويل حقوق الملكية، والحصول على الامتيازات إلى الحصول على التراخيص والتحالفات الاستراتيجية. وتستطيع هياكل الدعم الفنية والتجارية مثل مراكز البحث والتطوير، ومراكز نقل التكنولوجيا، ومنشآت الرقابة على الجودة، إلخ أن تلعب دورا رئيسيا في نشر المعلومات، وتحديد التكنولوجيات الملائمة، وضمان النقل الفعال والمفيد لهذه التكنولوجيات وتكييفها. ومع ذلك، هناك عامل رئيسي لا بد من أخذه في الاعتبار، بصرف النظر عن مدى إتاحة التكنولوجيا الجديدة وتكلفتها، ألا وهو وجود القدرة الملائمة لاختيار التكنولوجيا الجديدة، والحصول عليها، وإجادة التعامل معها وتكلفتها، وتكييفها، واستيعابها. ويعتبر وجود هذه الطاقة دلالة مباشرة على درجة التقدم العلمي والتعليمي في الاقتصاد. ويمكن اتخاذ بعض

الإجراءات لتيسير تطوير الطاقة التكنولوجية. وفي هذا الخصوص يقترح عدد من الإجراءات منها:

1. تنمية خدمات الإرشاد التكنولوجي: تتنوع خدمات الإرشاد التكنولوجي بشكل كبير بحيث تبدأ بتوفير المعلومات عن التكنولوجيات الحديثة وتنتهي إلى مساعدة المشروع في تحديد احتياجاته التكنولوجية وشرائها.

2. توثيق التعاون بين أنشطة البحث والتطوير وصناعة رأس المال المخاطر: بشكل عام يوجد

تكامل بين المنح والقروض العامة المخصصة للبحث والتطوير ورأس المال المخاطر. إذ

يزداد عدد صناديق رأس المال المخاطر التي تلزم أصحاب المشروعات الجديدة بالتقدم أولا

للحصول على منح عامة حتى يطوروا تكنولوجيا أو نموذجاً أولياً، وألا يلجأ إلى مصادر رأس المال المخاطر لتوفير احتياجات تطوير الأعمال إلا في وقت لاحق . وعلاوة على ذلك، في حين أن أصحاب رأس المال المخاطر متخصصون في تقييم إمكانيات العمل التجاري أكثر منهم في تقييم القدرة التكنولوجية على التطور، فإن الوكالات الحكومية توظف أعداداً كبيرة من المهندسين أو تكون لديها شبكة من الخبراء الفنيين المدربين على إجراء التقييم التكنولوجي بالقدر اللازم . وتجدر الإشارة إلى أن تبادل المعلومات بين هذين النوعين من المنظمات ( خطط الأعمال مقابل تقارير المراجعة التكنولوجية) يحقق منفعة متبادلة. وفضلاً عن ذلك، يخفف هذا التعاون من العبء الإداري الملقى على عاتق المنشأة التي تقوم بتطوير التكنولوجيا من خلال السماح لها بتبادل تقارير المراجعة، وتقييمات خطط الأعمال ، والخبرات . وقد استحدثت كثير من الجامعات عمليات رأس المال المخاطر الخاصة بها كي تسهل الاستغلال التجاري لبحوثها . وهناك وسيلة أخرى يمكن تفعيلها وهي تطوير أدوات ومنظمات التصنيف التكنولوجي حتى يتسنى سد فجوة المعلومات بين أصحاب المشروعات ومنظمات التمويل.

3. دعم وضع خطط الأعمال والأنشطة غير الفنية: نظراً لأن منح البحث والتطوير تعتمد على المشروعات البحثية وتكون موجهة في الغالب نحو تطوير تكنولوجيات جديدة، تواجه كثير من الصناعات وخاصة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في كثير من الأحيان صعوبات في صياغة المقترحات البحثية التي تتقدم بها . وقد وجد الباحثون أن أحدث جيل من الشركات القائمة على التكنولوجيا يحتاج بشكل خاص إلى دعم للأعمال – مثل وضع خطط الأعمال، والتدريب على إدارة المخاطر – أكثر من حاجته إلى مجرد التمويل. وهناك تزايد في توفير الدعم لهذه الجوانب غير الفنية من عملية الابتكار.

(د) . التمويل من خلال حقوق الملكية :تواجه المؤسسات المالية، وكذلك الهيئات الحكومية، صعوبة في المفاضلة بين المخاطرة والربح المرتبطتين بالمشاريع التي تسعى إلى التطوير والتحديث . إذ أن الشكوك التي تحيط بالجدوى الفنية، ومدة التطوير، وإجمالي التمويل المطلوب، واحتمالية إضفاء الطابع التجاري على المشروع، وحجم السوق المحتمل، تجعل المؤسسات المالية تردد قبل أن تمويل مثل هذه المشروعات . وبالتالي تخطو بعض الدول خطوات إضافية في إطار تعديل استراتيجيتها نحو التطور التكنولوجي من خلال تقديم التمويل الأولي لرأس المال للشركات الجديدة وشراء حصص من حقوق الملكية . وبهذه الطريقة، تكون آليات التمويل من خلال حقوق الملكية مكتملة للمنح العامة التقليدية للبحث والتطوير ومنح تطوير الأعمال .

(هـ) . حوافز مالية أخرى:لتحديث القدرات التكنولوجية ، يمكن أن يتم تقديم منح أو امتيازات ضريبية لتغطية تكاليف الحصول على التكنولوجيا، والتراخيص، والخدمات الاستشارية. ويقترح الباحث النقاط الآتية :

1. ضرورة العمل على خلق بيئة عامة داعمة للاستثمار الخاص، وكذلك لتأسيس الشركات، ونموها ويجب على الحكومة أن تسرع جهودها الرامية إلى إزالة أوجه الخلل التي تشوب الأسواق وتعالج اخفاقات السوق في الاقتصاد بوجه عام ،وتشجيع التحديث والابتكار والاستثمار فيها.
  2. يجب أن يتم التغلب على العوائق المتصلة بتداخل الصلاحيات والبيروقراطية، وانعدام التنسيق بين الأطراف المختلفة . فبدون وجود أواصر فعالة للتنسيق بين السياسات ، وكذلك بين المؤسسات والأطراف الفاعلة التي تدير عملية التنفيذ، ستظل جهود التنمية مشتتة، ومفككة، وغير مترابطة، ولن يكون لها سوى تأثير ضئيل – إن وجد – على القدرة التنافسية للاقتصاد المصري.
  3. ضرورة تضيق الفجوة المعرفية كميا ونوعيا ،وهذا يتطلب المزيد من استثمارات ضخمة في الموارد والجهود المخصصة للإصلاح التعليمي .
  4. يجب توثيق التعاون بين أنشطة البحث والتطوير وزيادة المخصصات المالية للبحث والتطوير وأن يتم تقديم منح أو امتيازات ضريبية لتغطية تكاليف الحصول على التكنولوجيا، والتراخيص، والخدمات الاستشارية
  5. البدء في برنامج قومي للتطوير المؤسسي يستهدف المؤسسات البحثية والجامعات ومراكز البحوث بغية إيجاد هياكل تتمتع بدرجة عالية من الحوكمة مع وجود تمثيل للقطاع الخاص بها، وزيادة كفاءة هذه المؤسسات، وتطوير طاقات وإمكانيات ملائمة للبحث والتطوير، وتقوية صلات هذه المؤسسات بالقطاع الخاص، و بين المؤسسات البحثية والأكاديمية المحلية والدولية.
- وختاماً يجدر التنبيه علي ضرورة العمل على عدة محاور لتعزيز الأداء التصديري للمشروعات الصغيرة والمتوسطة.

#### أولاً: على مستوى السياسات الحكومية

يتطلب الأمر في هذا الصدد العمل علي المحاور التالية:

- تنسيق أدوار مشتركة ومتكاملة بين وزارة الصناعة والتجارة الخارجية والجامعات ومراكز البحوث لتحديد منتجات المشروعات الصغيرة التي تتمتع بمزايا تنافسية للتركيز علي تأهيلها وتمييزها لتكون رأس حربة ضمن الصادرات المصرية.
- قيام هيئة التوحيد القياسي بدور فعال في دعم المشروعات الصغيرة من حيث التأهل للتوافق مع شهادة الأيزو 9000/2000 التي تتضمن المواصفة الخاصة بالتوافق مع متطلبات حماية البيئة. ان سلاح الجودة عنصر هام في فاعلية التسويق المحلي والعالمي.

- تعزيز أداء هيئة الرقابة علي الصادرات من حيث تطوير تجهيزات ومعامل الفحص للسلع المصدرة، ليتم الفحص بشكل موضوعي ووفق المواصفات التي تشترطها كل سوق علي حدة علي أن يقر المصدر بأن كامل الشحنة المصدرة مطابقة تماما لخصائص العينة المقدمة للفحص بالهيئة فإن لم يف بذلك يشطب من سجل المصدرين فالنتيجة لا تنحصر فقط في إعادة الشحنة المصدرة اليه بل تتعدى ذلك لإساءة بالغة لسمعة الصادرات المصرية، ومن ثم تحجيمها.
- زيادة الحوافز الاستثمارية - علي أسس موضوعية للمشروعات الصغيرة التي تستهدف وتعمل علي توجيه انتاجها للتصدير واستيفاء وتنمية مقومات القدرة التنافسية في الاسواق الخارجية بحيث يكون لهذه المشروعات أولوية في التشجيع والدعم بجميع الصور الممكنة عمليا.
- إنشاء آلية لتخطيط وتنفيذ جهود مشتركة لتنمية صادرات المشروعات الصغيرة بين وزارة الصناعة والتجارة الخارجية ، ووزارة الخارجية من جهة وبين المنظمات المصرية غير الحكومية مثل غرف التجارة والصناعة واتحاد الصناعات المصرية، وجمعيات الصداقة المصرية - الأجنبية في الاقتصاد المصري والأوروبية والآسيوية.
- إعادة النظر في السياسات المالية بهدف المساعدة علي خفض التكلفة الاستثمارية للمشروعات الصناعية الصغيرة لاسيما تلك المتوجهة للتصدير فالملاحظ أن هذه التكلفة تزيد بشكل ملحوظ بنسب متفاوتة من 15% الي 25% عن نظيرتها لو أقيم المشروع في دولة أخرى. وهو ما يمثل قيда علي محاولات ترشيد التكلفة والتسعير التنافسي، ومن ثم علي القدرة التنافسية في السوق العالمية كذلك من الضروري تهيئة نسب إعفاء أعلي للمشروعات الصغيرة التي تقوم أساسا علي التصدير وليس مجرد تصدير الفائض عن طاقة السوق المحلية.
- فرض رسوم بنسبة 0.5% من قيمة الواردات - علي المستوردين - لإنشاء صندوق لدعم المصدرين من أصحاب المشروعات الصغيرة، يغطي الإعفاءات أو التخفيضات في الرسوم علي المصدرين كحافز لتنمية الصادرات.
- بحث سبل تعزيز مركز تنمية الصادرات المصرية في اكتشاف الفرص التصديرية وتعريف المصدرين بجميع المعلومات المتعلقة بها، وإعداد دراسات السوق عن حجم الطلب وخصائص المنتجات المطلوبة في الأسواق الخارجية.
- التنسيق بين وزارتي الصناعة والتجارة الخارجية والنقل ومنظمات التمويل المحلية والعالمية لإنشاء خطوط ملاحية بحرية تربط مصر بدول شرق وجنوب أفريقيا للاستفادة من عضوية مصر بالكوميسا ويمكن أن يشارك في التمويل - لإنشاء شركة أو أكثر في هذا الصدد - كل من



بنك الاستثمار القومي والبنوك التجارية المصرية وبنك التنمية الأفريقية، ومؤسسات التمويل العالمية.

- تشجيع القطاع الخاص علي إنشاء شركات للشحن والتفريغ بالمواني المصرية بما يهييء تنافسا يسهم في خفض تكلفة الشحن والتفريغ، ومن ثم في تهيئة أسعار تنافسية.
- إعداد خطة خمسية تجزأ لخطط وجداول سنوية عن المعارض التي تقام في الدول التي تمثل أسواقا واعدة بحيث يتحدد أنسب موقع وتوقيت للعرض بكل سوق، وهيكل المعروضات من المنتجات التي يتعين ان تكون علي قدرة تنافسية عالية بالسوق المستهدفة.
- تكليف مكاتب التمثيل التجارية الملحقة بسفاراتنا بإعداد دراسات مبدئية - وتفصيلية ان دعت الحاجة - عن الأسواق المستهدفة لتقدم الي غرف التجارة والصناعة وبحيث تهييء الدراسة النتائج الرئيسية التالية:

1. حجم الطلب المتوقع علي السلعة المستهدف تصديرها، أو الخدمة مثل خدمات الاستشارات الفنية والمقاولات الانشائية والنقل والعمليات المصرفية والتأمينية وغيرها.
2. خصائص المنتج (المنتجات) وفقا لأذواق وتوقعات العملاء المرتقبين بكل سوق علي حدة.
3. أنسب سبل وصيغ تغليف وحزم السلع وفقا لحاجات كل سوق.
4. توقيت أو توقيتات الطلب علي المنتج (المنتجات) بكل سوق.
5. التوزيع الجغرافي للطلب بكل سوق علي حدة، بما يفيد في تحديد هيكل قنوات وشبكة التوزيع، وهل يكون التوزيع مباشرة من المركز التجاري المصري أم من خلال وسطاء، وطبيعة هؤلاء الوسطاء.

بالإجمال فإن لهذه المكاتب دورا هاما في:

- 1) اكتشاف وتنمية الفرص التصديرية للمنتجات المصرية.
- 2) تزويد الشركات المصرية بالبيانات والمعلومات عن الأسواق الخارجية الواعدة والمستهدفة.
- 3) الترويج للاستثمار في مصر، خاصة في المشروعات الصناعية التي تستهدف التصدير للخارج.

- تهيئة دعم سياسي رسمي مستمر للمصدرين المصريين، وذلك من خلال التنسيق المستمر بين وزارتي الصناعة والتجارة الخارجية والخارجية للتخطيط لزيارات رسمية متكاملة يقوم بها الوزيران ومساعدوهما للترويج للصادرات المصرية لدي الأطراف الحكومية بالدول التي تمثل أسواقا مستهدفة للتصدير فضلا عن افتتاح معارض المنتجات المصرية بها، وزيادة عدد البعثات التجارية إلي هذه الدول.

- ترويج خدمات نقطة التجارة الدولية بوزارة الصناعة والتجارة الخارجية لدى المصدرين من المشروعات الصغيرة الحاليين والمرتبطين الذين يمكن أن ينضموا إلى عداد المصدرين، إذ أن جانباً غير قليل من رجال الصناعة لاسيما في المشروعات الصغيرة لا يعلمون عن نقطة التجارة الدولية وهيكل خدماتها المساعدة علي فاعلية التصدير، هذا برغم أن نقطة التجارة الدولية قد أنشأت أخيراً عدة فروع لها ببعض المحافظات.
- حث وحدات الجهاز المصرفي علي تهيئة تمويل مناسب وبشروط ميسرة لصادرات المشروعات الصغيرة (مثل سعر الفائدة وفترات السماح) والاشتراك مع شركة ضمان الصادرات لتأمين المصدرين ضد المخاطر التجارية وغير التجارية.
- تشجيع إقامة أكثر من شركة لضمان الصادرات وتأمين المصدرين ويمكن أن تساهم في ذلك البنوك وشركات التأمين، واتحادات المستثمرين، مع بنك الاستثمار القومي.
- من المهم أن تسعى وزارة الصناعة والتجارة الخارجية بالتعاون مع وزارة الخارجية لحياء وتنمية التبادل التجاري من خلال الصفقات المتكافئة وهذا يساهم في تقليل صعوبات يقابلها المصدرون من أصحاب المشروعات الصغيرة لتمويل صادراتهم.

#### ثانياً: دور أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة

- أن سعي اصحاب هذه الشركات لتنمية الصادرات للسوق الخارجية يتطلب تهيئة المقومات التالية:
- أن يتحلي ويتزود أصحاب المشروعات الصغيرة أو مديروها بالتوجه التصديري فتكون نقطة البدء في صياغة خطط وبرامج الشركة للوقوف علي حاجات وتوقعات العملاء بالسوق أو الأسواق المستهدفة ويكون ذلك أساس بناء أهداف واستراتيجيات وسياسات الشركة وصنع قراراتها.
  - جعل دراسات السوق نشاطاً رئيسياً ضمن أنشطة إدارة التسويق فلا تصدير فاعل إلا بدراسات تجسد نبض الأسواق المحلية والخارجية عموماً. وذلك من حيث حجم الطلب وتوقيته وأنماط الاستهلاك وخصائص المنتج المطلوب وجميع المتغيرات المؤثرة علي هذا الطلب سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو تكنولوجية أو ثقافية أو اجتماعية.
  - ويجب توافر نظام معلومات متكامل ومحدث يفيد في صنع القرارات التسويقية بشأن تصميم وتطوير المنتجات وتكنولوجيا التغليف والشحن وبشأن تسعير المنتجات وسبل الترويج لها واختيار قنوات ومنافذ التوزيع.
  - التوجه بالتصدير والمقصود هنا ألا تنظر الإدارة للتصدير باعتباره تخلصاً من الانتاج الذي لم يستوعبه السوق المحلي، بل يكون التصدير علي أولويات أجندة الإدارة وأن تهيأ طاقات انتاجية مناسبة أو كافية لاقتناص الفرص التصديرية.

- تصميم برامج فاعلة لإدارة الجودة الشاملة تهيئ تحسنا مستمرا في مستوى جودة المنتجات المصدرة وتكسيبها ميزة تنافسية ولا يصح الاعتماد في هذا الصدد علي أن بعض الدول تعتمد مواصفات جودة تقل عن تلك المواصفات القياسية في الأسواق الأوروبية والأمريكية وغيرها.
  - يتعين اعتماد مدخل التخطيط الاستراتيجي التسويقي متضمنا تحليل البيئة الخارجية للشركة لتحديد الفرص السوقية التي يمكن استغلالها في التصدير والتهديدات التي تتضمنها هذه البيئة وكذا تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف.
  - من المفيد أيضا اعتماد مدخل تقسيم السوق لقطاعات وذلك بتحديد خصائص وتوقعات كل قطاع من العملاء ومخاطبته بالمنتج وأسلوب الترويج الذي يتناسب مع حاجاته وتوقعاته.
  - مراعاة عدم اختلاف وتضارب أسعار تصدير المنتج الواحد الأمر الذي يؤدي لتشكك المستورد في جدية العروض.
  - الاهتمام بالتغليف الفاعل للسلع، التغليف الذي يحفظ علي السلعة خصائصها الأصلية ويهيئ قبولا سيكولوجيا وماديا من جانب تقسيمات العملاء المستهدفة هذا فضلا عن تبيين كامل وواضح يهيئ البيانات الكافية عن المنتج (الخصائص أو المكونات - الرتبة - مكان الصنع - تاريخ الانتاج - تاريخ الصلاحية - ارشادات الاستخدام - المصدر).
  - الحرص علي الوجود المستمر في المعارض العالمية المتخصصة مع جهد اعلامي مدروس بالتنسيق مع الملحقيات التجارية بسفارتنا بالاسواق المستهدفة.
- ثالثا: غرف التجارة والصناعة
- وفيما يتعلق بدور غرف التجارة والصناعة فإنه يصعب تجاهل أو اغفال هذه الغرف في تنمية صادرات المشروعات الصغيرة ومن أهم مقومات فاعلية هذا الدور:
- إنشاء لجان مشتركة من رجل الأعمال المصريين والأجانب في الدول التي نستهدف أسواقها، يهيئ تعاونها فرصا مشتركة للمبادلات التجارية.
  - إنشاء شركات مصرية للتسويق وأخرى مشتركة مع شركات بهذه الدول، تسهم في زيادة فرص وأحجام المبادلات التجارية البيئية وذلك من خلال دراسة الاسواق وتهئية المزيج التسويقي المناسب (منتج - سعر - ترويج - توزيع) لكل سوق بما يناسب خصائصها وتوقعات العملاء بها.
  - تخطيط وتنفيذ وتقييم زيارات لاتحادات رجال الأعمال المناظرة في الأسواق الخارجية المستهدفة لترويج منتجات المشروعات الصغيرة بها.

## المراجع:-

1. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، قدرة المشروعات الصناعية الصغيرة والمتوسطة على الابتكار في بلدان مختارة من منطقة الإسكوا (E/ESCWA/ID/2001/2)، الأمم المتحدة، نيويورك، 2002
2. حسين عبد المطلب الأسرج ، تعزيز تنافسية الصناعة العربية في ظل اقتصاد المعرفة ،مجلة علوم إنسانية،السنة 5 ،العدد 35 ، خريف 2007 ، هولندا . متاح في موقع المجلة [WWW.ULUM.NL](http://WWW.ULUM.NL)
3. حسين عبد المطلب الأسرج، مستقبل المشروعات الصغيرة مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2007 .
4. حسين عبد المطلب الأسرج، الريادية ودورها في التنمية العربية في ظل اقتصاد المعرفة، مؤتمر " الريادية في مجتمع المعرفة " ، بكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ،جامعة الزيتونة الأردنية،الأردن ، 26-29 نيسان (ابريل) 2010 .
5. حسين عبد المطلب الأسرج، دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الصناعية في الدول العربية"، سلسلة "دراسات إستراتيجية"، العدد (140) مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية،2009
6. حسين عبد المطلب الأسرج، تعزيز تنافسية المشروعات العربية الصغيرة والمتوسطة في ظل اقتصاد المعرفة ،الملتقى الدولي حول:المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة حسيبة بن بو علي الشلف،الجزائر،4-5 ديسمبر 2007 .

7. رياض بن جليلي، تنافسية المنشآت الصغيرة والمتوسطة: الخصائص والتحديات، سلسلة جسر التنمية، الإصدار 93، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، مايو 2010 .
8. وزارة المالية المصرية، دراسة حول تبسيط القوانين والتشريعات والاجراءات التي تنظم عمليات التأسيس والنمو والتصدير والتصفية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في مصر، 2005 .
9. وزارة التجارة الخارجية المصرية، خلفية عامة عن المنشآت المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في مصر ،مارس 2003 .
10. وزارة المالية، تعزيز القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر، جمهورية مصر العربية، نوفمبر 2004
11. يوسف مسعداوي، إشكالية القدرات التنافسية في ظل تحديات العولمة ،مجلة علوم انسانية، السنة الخامسة: العدد 35: خريف 2007